

***PERSONAL BRANDING* GANJAR PRANOWO DALAM MEMBANGUN  
KOMUNIKASI POLITIK DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

**SKRIPSI**



**Disusun oleh:**

Mika Dhitya Murbantoro

17.96.0064

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
TAHUN 2024**

***PERSONAL BRANDING* GANJAR PRANOWO DALAM MEMBANGUN  
KOMUNIKASI POLITIK DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagian persyaratan

mencapai gelar Sarjana

pada Program Studi Ilmu Komunikasi



**Disusun oleh:**

Mika Dhitya Murbantoro

17.96.0064

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI SI-ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
TAHUN 2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

***PERSONAL BRANDING* GANJAR PRANOWO DALAM MEMBANGUN  
KOMUNIKASI POLITIK DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Mika Dhitya Murbantoro  
17.96.0064

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada 16 November 2022

Dosen Pembimbing,



**Erfina Nurussa'adah, M.I.Kom  
NIK. 190302361**

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PERSONAL BRANDING GANJAR PRANOWO DALAM MEMBANGUN  
KOMUNIKASI POLITIK DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Mika Dhitya Murbantoro

17.96.0064

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

pada 27 Desember 2022

**Nama Penguji**

Erfina Nurussa'adah, M.I.Kom  
NIK. 190302361

Rr. Pramesthi Ratnaningtyas, S.Sos.,M.A  
NIK. 190302476

Riski Damastuti, S.Sos.,M.A  
NIK. 190302475

**Tanda Tangan**


Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)  
(22 Desember 2022)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.  
NIK 190302125

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Mika Dhitya Murhantoro

NIM : 17.96.0064

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

***Personal Branding Ganjar Pranowo dalam membangun Komunikasi Politik di Media Sosial Instagram***

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di nama institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/ora diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

17.96.0064  
METERAI TEMPEL  
Mika Dhitya Murhantoro  
17.96.0064

## KATA PENGANTAR

Puji syukur, saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar, sebagaimana skripsi merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian skripsi. Dalam proses penyusunan skripsi ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orang tua dan juga kerabat yang senantiasa memberikan doa dan motivasi bagi penulis.
2. Prof Dr. M Suyanto, M.M, selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng. selaku Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
5. Ibu Erfina Nurussa'adah, M.I.Kom, selaku dosen pembimbing skripsi, yang senantiasa memberikan dukungan dan bimbingan.

Yogyakarta, 3 Juni 2024



Mika Dhitya Murbaantoro

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
PERNYATAAN .....	ii
ABSTRAK.....	iv
ABSTARCT .....	.....
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
BAB I .....	.....
PENDAHULUAN .....	.....
1.1 Latar Belakang .....	1
1.1 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Bab .....	6
BAB II .....	.....
TINJAUAN PUSTAKA .....	.....
2.1 Landasan Teori .....	8
2.2 Personal Branding .....	8
2.3 Komunikasi Politik .....	14

2.4 Media Sosial Instagram .....	19
2.5 Penelitian Terdahulu .....	20
2.6 Kerangka Pemikiran .....	23
BAB III .....	
METODE PENELITIAN.....	
3.1 Jenis Penelitian .....	24
3.2 Paradigma Penelitian .....	24
3.3 Subjek Penelitian dan Objek Penelitian .....	25
3.4 Informan Penelitian .....	25
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	26
3.6 Teknik Analisi Data .....	27
3.7 Teknik Keabsahan Data .....	29
BAB IV .....	
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	
4.1 Hasil Penelitian .....	30
4.2 Pembahasan .....	51
BAB V .....	
PENUTUP.....	
DAFTAR PUSTAKA .....	
LAMPIRAN .....	



## Daftar Gambar

Gambar 1	
Kerangka Pikir.....	24
Gambar 2	
Ganjar Pranowo saat menemui mahasiswa Fisipol UGM.....	32
Gambar 3	
Ganjar Pranowo merespon aduan melalui kolom komentar.....	34
Gambar 4	
Ganjar Pranowo saat berbincang-bincang dengan masyarakat.....	35
Gambar 5 Ganjar Pranowo saat menyambangi warga sekitar.....	37
Gambar 6 “ <i>Tuanku ya Rakyat, Gubernur Cuma Mandat</i> ” Bio Instagram Ganjar.....	38
Gambar 7 Ganjar Pranowo saat menghadiri acara pengajian Muharram 1444H.....	40
Gambar 8 Ganjar Pranowo saat melakukan kerja bakti bersama warga sekitar.....	41
Gambar 9 Ganjar Pranowo saat mengkampanyekan kasus <i>covid 19</i> .....	47
Gambar 10 Ganjar Pranowo saat diwawancara mengenai citra dalam politik.....	48
Gambar 11 Tampilan Profil Instagram Ganjar Pranowo.....	49

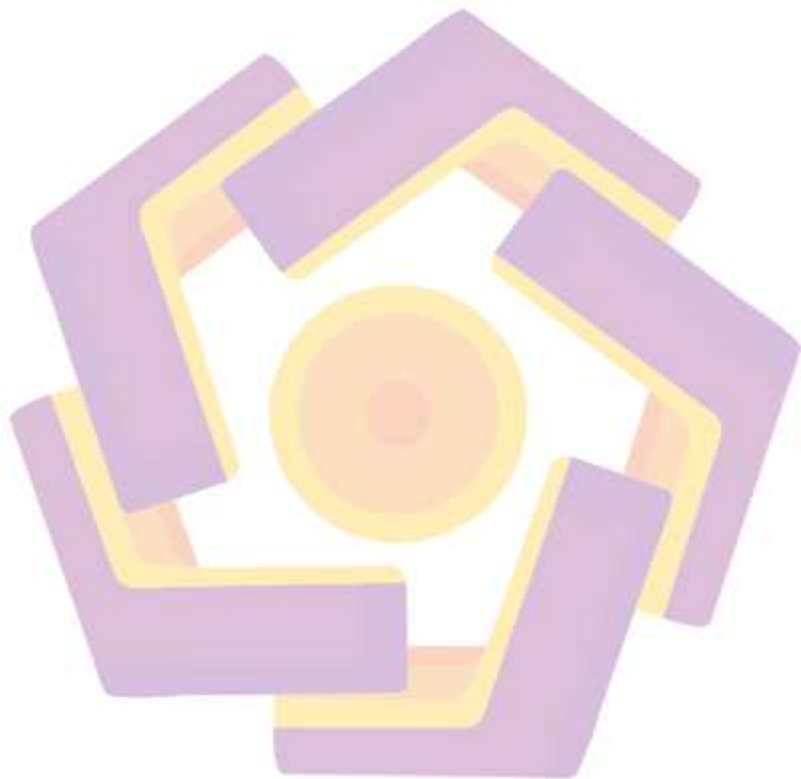
## Daftar Lampiran

Lampiran 1	
Daftar pertanyaan wawancara dengan narasumber.....	68
Lampiran 2	
Daftar informan.....	69

Lampiran 3

Transkrip wawancara.....70

Lampiran Dokumentasi.....78



## ABSTRAK

Media sosial dimanfaatkan oleh para aktor politik untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat kepadanya dan membangun image di mata masyarakat. *Personal branding* yang dilakukan oleh politisi di media sosial akan membentuk persepsi masyarakat akan dirinya dan memudahkan para politisi untuk melakukan komunikasi politik. Ganjar Pranowo merupakan salah satu aktor politik yang aktif menggunakan media sosial untuk berinteraksi dengan masyarakatnya. Instagram menjadi salah satu media sosial yang digunakannya untuk memudahkan komunikasi dua arah dengan masyarakatnya dengan membawa ciri khas yang dimilikinya dan membentuk *image* baik tentang dirinya yang kemudian akan memudahkannya dalam melakukan komunikasi politik. Metode yang digunakan penelitian ini adalah metode kualitatif yang bersifat deskriptif dengan hasil dari penelitian ini adalah Ganjar Pranowo telah berhasil membangun *personal branding* dengan menggunakan strategi *position yourself* yang sukses membuat Ganjar Pranowo menjadi lebih dekat dengan masyarakat dan membangun kepercayaan masyarakat terhadap dirinya. Usaha Ganjar Pranowo dalam membangun *personal branding* melalui media sosial membawa hasil yang mempengaruhi *image* Ganjar Pranowo di mata masyarakat terbukti dengan dipilihnya Ganjar Pranowo sebagai Gubernur Jawa Tengah selama dua periode.

**Kata Kunci:** Media Sosial Instagram, *Personal branding*, Komunikasi Politik.

## ABSTARCT

*Social media is used by political actors to increase public trust in them and build an image in the eyes of the public. Personal branding carried out by politicians on social media will shape people's perceptions of themselves and make it easier for them to carry out political communication. Ganjar Pranowo is a political actor who actively uses social media to interact with his people. Instagram is one of the social media that he uses to facilitate two-way communication with his people by bringing his characteristics and forming a good image about himself which will then make it easier for him to carry out political communication. The method used in this research is a descriptive qualitative method with the results of this research that Ganjar Pranowo has succeeded in building personal branding using the position yourself strategy which has succeeded in making Ganjar Pranowo closer to the community and building people's trust in him. Ganjar Pranowo's efforts to build personal branding through social media brought results that affected Ganjar Pranowo's image in the eyes of the public, as evidenced by the election of Ganjar Pranowo as Governor of Central Java for two terms.*

**Keyword:** *Social Media Instagram, Personal Branding, Political Communication*